



Statements –
Die Ergebnisse aus vier Jahren

Regionales Resümee

Zum 50jährigen Firmenjubiläum präsentierte Dornbracht eine Retrospektive zu seinem Kunst- und Kulturprojekt Statements. Im letzten Jahr waren die gesamten Ergebnisse aus vier Jahren in der Iserlohner Galerie „die Welle“ zu sehen. Erstmals zeigte der international agierende Hersteller von Design-Armaturen und -Accessoires damit sein Projekt auf regionaler Ebene.

Für Statements (www.statements.de) werden seit 1996 international renommierte Künstler, Fotografen, Designer, Musiker und Autoren aufgefordert, in ihrem jeweiligen Genre freie Arbeiten zum Thema Badkultur zu gestalten. Dornbracht* zeigt die Arbeiten auf Events, Ausstellungen und Messen und kommuniziert sie im öffentlichen Raum. Zudem werden die einzelnen Editionen in wechselnder medialer Form dokumentiert. Diese limitierten Ausgaben versammeln vielschichtige Interpretationen von Badritualen und Badkultur und bieten ein internationales Forum. Statements zeigt Möglichkeiten auf, dem Thema Badkultur eine weitergehende und allgemeingültigere Bedeutung zu geben. Und Statements beschreitet einen neuen

Weg der Unternehmenskommunikation, indem die Künstler aufgefordert werden, zu dem vorgegebenen Thema Badkultur frei zu arbeiten. Der Bezug auf das Produkt an sich, der indirekt zustande kommt, steht dabei nicht im Vordergrund. Wichtiger ist die Einordnung des Unternehmens in einen kulturellen und künstlerischen Zusammenhang. Die Aufgabenstellung soll die Künstler zu Neuem inspirieren und Neues entstehen lassen.

Genres der Kunst

Die Statements-Reihe startete mit den Fotografen Nick Knight, Daniel Josefsohn, Jürgen Teller, dem Objektkünstler Hadrian Pigott und dem Autor Uwe Kopf. Die Auseinandersetzung mit den Themen Bad, Ritual und Wasser bewegt sich in dieser Ausgabe noch relativ nah an den Produkten des Unternehmens. Badezimmerzenen mit Dornbracht-Armaturen, die Gender-Soaps von Pigott, die Inszenierung von Armaturen als Kunstobjekt und eine Geschichte vom Mann, der Gott im Bad fand. Statements I erschien als hochwertig gestaltete Zeitungspublikation. Statements II erschien in Buchform und mit weiteren internationalen Künstlern, die sich mit dem Thema Badkultur ebenso kontrovers auseinandersetzten. Das Künstlerpaar Pierre et Gilles zeigt beispielsweise mit „Bubbles Shower“ in knallig bunter homoerotischer Ästhetik einen nackten Jüngling in einer stilisierten Dusche. Außerdem präsentierte Statements II das überformatige Popmotiv „Model R2000 Pure + Model N2000 Honey“, das der Multimediakünstler Micha Klein für Dornbracht realisierte. Inez van Lamsweerde, Danielle Kwaaitaal und Autorin Sibylle Berg sind die weiteren Akteure dieser Edition.

In Statements III wechselt das Genre zur Videokunst. Die Videoarbeiten von Douglas Gordon, Rosemarie Trockel und Lothar Hempel dokumentieren Badkultur unter dem Themenkomplex „Wasser, Reinigung und Rituale“. Den textlichen Beitrag lieferte der Kultautor Benjamin von Stuckrad-Barre.

Im neuen Jahrtausend widmete sich Statements IV digitalen Kunstformen. Die Elektronikmusikavantgarde von Torococo rot aus Berlin, Opiate aus Kopenhagen und Mouse on Mars aus Köln traf auf die neuen Bilderwelten des Schweizer Computerkünstlers Yves Netzhammer. Ein kongeniales Zusammenspiel von akustischer und visueller Kunst. Publiziert als Katalog mit Film und Musik.

Die jüngste Ausgabe, Statements V, wechselte erneut die Disziplin und beauftragte Fashion-Designer, sich mit dem Thema Badkultur auseinanderzusetzen. Veronique Branquinho, Jeremy Scott, Raf Simons und Bernhard Willhelm zeigten im Rahmen einer Ausstellung bei Colette in Paris ihre persönliche Vision. Begleitend dazu erschien Statements V als Fashion-Edition. Die vier jungen Designer zählen mit ihrer Arbeit zur internationalen Avantgarde im Bereich Fashion.

Das Ziel des kulturellen Engagements des Armaturenherstellers Dornbracht besteht nach eigenen Angaben darin, mit all den unterschiedlichen Projekten und Aktivitäten die kulturelle Kompetenz des Unternehmens zu dokumentieren und damit Bedeutung zu erzeugen. Denn nicht nur das Produkt soll Bedeutung haben, sondern auch das Unternehmen an sich. Dornbracht will für die Erschließung weitergehender kultureller Felder stehen. Für eine intensive Beschäftigung mit Kunst und Kultur. Und für einen neuen Weg in der synergetischen Verbindung von Kultur und Wirtschaft. □

* Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG Armaturenfabrik, Köbbingser Mühle 6, 58640 Iserlohn, Telefon (0 23 71) 43 30, Telefax (0 23 71) 43 31 29, eMail: mail@dornbracht.de, <http://www.dornbracht.com>